

Las mujeres en los medios de comunicación: mientras más cambia, más se parece

Michèle Martin*

Nuestro conocimiento del mundo es mediatizado. Esto no sería un problema si nuestros medios masivos de comunicación simplemente reflejaran la realidad; sin embargo, ninguno de los diferentes medios (por ejemplo, los diarios, las revistas o la televisión), ni el mismo medio con distintos dueños (por ejemplo, la televisión privada frente a la televisión pública), codifican la realidad de igual manera; por ejemplo, pueden presentar el mismo asunto de diferentes maneras, si no es que de formas opuestas. Esta diversidad de codificación en los medios masivos de comunicación señala el hecho de que sus contenidos *mediatizados* están influidos por las condiciones tecnológicas, económicas, políticas y culturales que rodean su producción. Lo que se comunica se *construye* para seguir manteniendo estas condiciones, y representa una realidad deformada, creada en el nivel de la producción y difundida a los auditorios. Así, la representación de las mujeres en los medios es precisamente tal construcción.

Los papeles de las mujeres en la sociedad han cambiado visiblemente durante las pasadas dos décadas. Mientras que los contenidos de algunos medios toman en cuenta esos cambios, la mayoría de las producciones continúa teniendo baja representación de mujeres y tergiversándolas. Esto, a través de utilizar una variedad de papeles e imágenes estereotípicos que todavía forman parte de la cultura y los valores dominantes, pero que ya incorporan algunas discrepancias con la realidad social.

En este artículo se examinan tres medios diferentes —los diarios, las revistas y la televisión—, en primer lugar, para discutir la manera en que las mujeres pueden usar los medios de comunicación para superar las discrepancias y en segundo, para examinar los cambios, si es que los hay, en la industria de los medios en lo concerniente a la representación femenina en el nivel de los contenidos y del proceso de trabajo en los últimos veinte años.

Podríamos decir que la representación de las mujeres en el proceso de trabajo y en los contenidos de los medios masivos de comunicación está influida por quienes los financian y los administran, y por quienes conciben y producen sus contenidos. En Canadá existe una discrepancia en el porcentaje de las mujeres

* Escuela de periodismo y comunicación, Carleton University.

que participa en el proceso de trabajo entre los canales públicos y los privados. La diferencia también se observa a nivel de los contenidos. Dos tipos de estaciones de televisión, con diferentes fuentes de financiamiento, tienen agendas políticas e ideológicas que influyen tanto los lineamientos del proceso laboral como los contenidos dirigidos a diferentes auditorios. Por una parte, Radio Canadá y la Corporación de Radio y Televisión Canadiense (Canadian Broadcasting Corporation cbc, por sus siglas en inglés),¹ dos canales, de radio y televisión públicos, respectivamente, describen sus políticas de transmisión de tal forma para hacer creer a la gente que intentan representar las realidades culturales de la sociedad canadiense y que toman en cuenta a los marginados, a las “tendencias menos perceptibles”, según sus propias palabras. Por otra parte, las políticas de las estaciones de propiedad privada, tales como Tele Metropolitana (Télé-Métropole) o ctv se guían por la creencia de que es necesario “establecer un vínculo especial con los televidentes a través de apelar a sus emociones”.² De ahí que Radio Canadá y la cbc parecen producir contenidos de mayor interés político y cultural que aquéllos de Tele Metropolitana y ctv, los cuales, se orientan más a las “emociones”. Los contenidos basados en las emociones podrían ser más vulnerables a la discriminación de todas clases —sexual, racial, etc.—, puesto que su propósito principal es mover las emociones de la gente. Así, los elementos económicos y políticos, no sólo los valores sociales y culturales, son responsables de tales divergencias. Aun así, el financiamiento a las estaciones públicas ha disminuido considerablemente durante los últimos cinco años y, por ello estos canales, al igual que las estaciones privadas, dependen cada vez más para obtener recursos de la publicidad pagada. Al mismo tiempo, la diferencia entre los contenidos de los dos tipos de estaciones se ha ido borrando, en comparación con lo que sucedía en años anteriores. Sin embargo, cuando observamos la representación cambiante de las mujeres en los medios, todavía es importante fijarse en quién está hablando y bajo qué condiciones.

Las mujeres, la cultura y los medios de comunicación: algunas consideraciones teóricas

L. Code en *What Can She Know?* afirma que el conocimiento masculino, el del poder, sigue siendo el dominante, mientras que el conocimiento de las mujeres

¹ Radio Canadá y la cbc son las estaciones franco y anglohablantes, respectivamente, con financiamiento estatal, que transmiten en todo el territorio canadiense.

² D. Latouche, “Television and the Harsh Reality of Audience Fragmentation”, *Forces*, no. 92 (invierno de 1991): 54.

se mantiene en un estado de marginalidad y dependencia.³ Pero, ¿cuáles son los mecanismos sociales que conducen a la desigualdad entre el conocimiento masculino y el femenino en la cultura? De acuerdo con D. E. Smith, la situación de las mujeres es sólo un caso entre muchos de marginación cultural.⁴ La cultura dominante no la hace generalmente la gente, sino que es un producto de las clases dominantes. Las creaciones culturales, las imágenes y las ideas no surgen de la producción espontánea de las diversas experiencias culturales cotidianas de la gente, sino que son producidas por especialistas, expertos en cultura, quienes están en posiciones poderosas en instituciones ideológicas y culturales, así como en las industrias. En la sociedad capitalista, la cultura, especialmente la de masas, está hecha para obtener ganancias, y está regulada y controlada para mantener y sostener este proceso económico. De ahí, que tanto las imágenes como los pensamientos que se nos comunican a través de los medios o por otras formas, y que utilizamos para pensar y para hablar sobre nosotros mismos, no sólo son el producto del conocimiento masculino, como Code señala, sino que emergen de hombres en posiciones de dominio.⁵ Las estructuras institucionales que sostienen estas actividades y los instrumentos que ofrecen para ejecutarlas, han sido producidos por hombres para las mujeres y no por mujeres.⁶ Así, las perspectivas, preocupaciones e intereses de *una* clase, *un* sexo, y *una* raza, expresados en la cultura patriarcal y presentados como naturales, obvios y generales, desechan o compartimentalizan otras formas de creación. La aparente homogeneización de la opresión femenina que presenta Smith es moderada por su afirmación de que aquella no se origina en un sesgo contra las mujeres (o contra las clases trabajadoras o contra otras razas), ni siquiera en estereotipos negativos, sino en "la exclusión de las mujeres de participar en la creación de la cultura de la sociedad", una exclusión "en gran medida organizada por los procesos sociales ordinarios de socialización, educación, trabajo y comunicación".⁷ En el campo de la comunicación, el conocimiento de las mujeres y las creaciones culturales están muy relacionadas con las tecnologías de comunicación. Varios puntos de vista feministas explican la relación entre las mujeres y las tecnologías. Estos estudios suelen proponer una explicación que sugiere la homogeneización de la opresión femenina, de la que culpan a los aspectos tecnológicos. Estas posiciones representan

³ L. Code, *What Can She Know?* (Londres: Cornell University Press, 1997).

⁴ D. E. Smith, "A Peculiar Eclipsing Groups': Exclusion from Man's Culture", en R. S. Klein y S. S. Steinberg, eds., *Radical Voices* (Toronto: Pergamon, 1989).

⁵ Code, *What Can She Know?*

⁶ Smith, "A Peculiar Eclipsing Groups'..."

⁷ *Ibid.*, 10.

acercamientos más o menos deterministas, en los cuales se otorga un poder a la tecnología, que más bien debería ser atribuido a las relaciones sociales.

Mi estudio sobre las mujeres y las tecnologías en comunicación⁸ muestra que, a pesar de que éstas no son neutrales, las relaciones de poder en la sociedad burguesa deben buscarse entre quienes desarrollan las tecnologías y entre los usuarios de las mismas, más que en los elementos tecnológicos. Los intereses públicos y privados involucrados en el desarrollo y uso de una tecnología y su relación con los elementos económicos, políticos e ideológicos de la organización social dentro de la cual se distribuyen, son las fuerzas que orientan el acceso, el control y el uso de una tecnología. Considero que la discriminación contra las mujeres en lo relacionado con la tecnología de comunicación no se inscribe en el artefacto en sí, y que la represión de las mujeres no es atribuible a la tecnología misma, sino al control, por parte de ciertos grupos sociales, de su estructura de desarrollo, y al nivel de accesibilidad de su uso.

Además, es más probable que la discriminación contra las mujeres en el proceso de trabajo se vincule con las relaciones de poder en la organización y administración de una tecnología, que con la tecnología misma. No obstante, esto no significa que los aspectos tecnológicos no tengan efectos limitantes. El ejemplo de las mujeres que trabajan en telecomunicaciones y en las industrias de los medios apoyan estos supuestos. El conocimiento de las mujeres no obtuvo el mismo crédito en el proceso de trabajo privado de los operadores de teléfono como en el público, que es el trabajo de transmisión de los locutores de radio. Las razones para ese desigual acceso a estas dos diferentes tecnologías se encuentran en diferentes niveles del análisis.⁹

Entre las razones, el uso del conocimiento de las mujeres en lo privado *versus* lo público, es un elemento importante. Con medios de comunicación tales como el teléfono, en donde el conocimiento de las mujeres sólo podía ser en lo privado, el aspecto económico fue prioritario. El caso de los locutores de radio fue diferente, pues involucraba el uso público del conocimiento de las mujeres con la tecnología de la comunicación masiva. El control de las mujeres de alto nivel educativo al hablar en público era un problema, pues la radio les dio la oportunidad de expresar puntos de vista políticos que podían contradecir la ideología dominante, y tal vez también revistió su conocimiento con una autoridad que hasta entonces era exclusiva de los hombres. Así, mientras las preocupa-

⁸ M. Martin, *"Hello Central?" Gender, Technology and Culture in the Development on the Telephone* (Montreal: McGill-Queen's University Press, 1991).

⁹ M. Martin, "Capitalizing on the «Feminine» Voice", *Canadian Journal of Communication* 14, no. 3 (1989): 42-62.

ciones de los administradores hombres eran en su mayoría económicas, concernientes a la privacidad del proceso de trabajo del operador telefónico, el asunto adquirió tintes políticos cuando se trató de un medio masivo de comunicación.

En Canadá, las mujeres han utilizado distintos medios de comunicación masivos para ayudar a la emancipación de las mujeres en la sociedad. Hay dos ejemplos particularmente significativos: el primero ocurrió dentro de una sociedad tradicional y conservadora; el segundo, durante un periodo de tremendos cambios sociales en Quebec, cambios que se reflejaron en el lugar y el papel de las mujeres en la sociedad. Ambas contribuciones fueron de la mayor importancia para las mujeres de este periodo, en el sentido de que fueron parte de las escasas voces femeninas liberales que se escucharon en aquel momento. Estas voces femeninas otorgaron cierto reconocimiento al lugar y al papel de las mujeres en la sociedad, a pesar de las limitaciones producto de las condiciones sociales de entonces. Estas incipientes actividades feministas en los medios aparecieron como buenos presagios para incrementar la representación de las mujeres en los medios masivos de comunicación. Sin embargo, como se verá al final de este texto, los cambios concernientes al papel y al lugar de las mujeres en la industria de los medios fueron muy limitados en los últimos veinte años en Canadá.

Revistas de mujeres: *La bonne parole*¹⁰

Las revistas feministas buscan ayudar a las mujeres a desarrollar el conocimiento político y social necesarios para su emancipación; pueden ser fuentes de resistencia de las mujeres y de oposición a la ideología y la cultura hegemónicas. En Quebec, tales revistas han existido desde los albores del siglo xx. Una de ellas, *La bonne parole* (1913-1958) (La palabra sabia), fue creada por un grupo de mujeres comprometidas, en su mayoría pequeño burguesas, que se impusieron la misión de despertar la conciencia social de las mujeres y ayudarlas a expandir su esfera de actividades. *La bonne parole* se publicó durante 45 años, y constituye una importante fuente de información relativa a los cambios sociales que afectaban las condiciones y el lugar que ocupaban las mujeres en la sociedad quebequense.

La bonne parole se publicó durante lo que algunos historiadores han llamado el periodo de supervivencia y tradición en Quebec, y murió con el final de

¹⁰ La discusión de éste y los siguientes apartados se desarrolla con mayor amplitud en: M. Martin, "Changing the Pattern: Women and the Media in Quebec", en S. Burt, L. Code y L. Dorney, eds., *Changing Patterns: Women in Canada* (Toronto: McClelland and Stewart, 1992).

Duplessis (1936-1939 a 1944-1959), un largo periodo de oscuridad en Quebec, particularmente para las mujeres, en el cual la Union Nationale (Unión Nacional), el partido de Maurice Duplessis —un partido de ala derecha, nacionalista— estaba en el poder y en el que la Iglesia, la cual recibía jugosos subsidios y concesiones del gobierno, lo apoyaba fuertemente en su esfuerzo por mantener al pueblo bajo una rígida autoridad política y religiosa, y en la ignorancia, esto hasta la muerte de Duplessis en 1959.

La revista fue fundada por dos feministas reconocidas de Quebec, Caroline Béique y Marie Gérin-Lajoie, como el órgano de la Fédération Nationale St-Jean-Baptiste (Federación Nacional de San Juan Bautista), un organismo nacionalista muy cercano a la Iglesia. Regularmente, se tiraban dos mil ejemplares, un número relativamente grande para la época. El objetivo de Béique y de Gérin-Lajoie era dar a las mujeres una publicación intelectual en donde pudieran expresar sus cualidades morales y sus energías para satisfacer sus necesidades de iniciativa y para autoafirmarse.

Los escritores durante los primeros tiempos de *La bonne parole* eran normalmente sacerdotes y doctores hombres que difundían sus “sabias palabras” (*bonne parole*). Con el transcurso de los años estos escritores fueron desplazados casi totalmente por mujeres. La ideología que adoptó la publicación es lo que Dumais llama “feminista reformista”, y Code llama “feminista temprana liberal”:¹¹ ésta intentaba, paso a paso, ganar para las mujeres los mismos derechos que disfrutaban los hombres, sin cambiar la sociedad fundamentalmente. En consecuencia, los temas de la revista tenían que ser aprobados por la Iglesia Católica, lo que significaba no hacer mención alguna del control natal o del aborto, aunque ambos eran practicados comúnmente por las mujeres de Quebec. Dumais señala que las editoras de *La bonne parole* eran sumisas hacia la Iglesia, “una institución masculina, si es que alguna vez hubo alguna”.¹² Así, para asegurar el éxito y la legitimidad de su revista, estas mujeres tenían que asegurar el apoyo de las autoridades católicas.

Como el órgano de una organización nacionalista, el propósito principal de *La bonne parole* era enlistar a las mujeres en la causa del nacionalismo de Quebec, específicamente alentándolas a tener hijos y a criarlos como patriotas francocanadienses. Solía compararse a la familia con el gobierno, en donde una mu-

¹¹ M. Dumais, *La mère dans la société québécoise. Étude éthique d'un modèle à partir de deux journaux féministes: La bonne parole (1913-1958) et Les têtes de pioche (1976-1979)*, Documento 5 (Ottawa: CRIAW, 1983); L. Code, “Feminist Theories: A Contemporary View”, en S. Burt, L. Code y L. Dorney, eds., *Changing Patterns...*, respectivamente.

¹² Dumais, *La mère dans la société québécoise...*, 6.

ciones de los administradores hombres eran en su mayoría económicas, concernientes a la privacidad del proceso de trabajo del operador telefónico, el asunto adquirió tintes políticos cuando se trató de un medio masivo de comunicación.

En Canadá, las mujeres han utilizado distintos medios de comunicación masivos para ayudar a la emancipación de las mujeres en la sociedad. Hay dos ejemplos particularmente significativos: el primero ocurrió dentro de una sociedad tradicional y conservadora; el segundo, durante un periodo de tremendos cambios sociales en Quebec, cambios que se reflejaron en el lugar y el papel de las mujeres en la sociedad. Ambas contribuciones fueron de la mayor importancia para las mujeres de este periodo, en el sentido de que fueron parte de las escasas voces femeninas liberales que se escucharon en aquel momento. Estas voces femeninas otorgaron cierto reconocimiento al lugar y al papel de las mujeres en la sociedad, a pesar de las limitaciones producto de las condiciones sociales de entonces. Estas incipientes actividades feministas en los medios aparecieron como buenos presagios para incrementar la representación de las mujeres en los medios masivos de comunicación. Sin embargo, como se verá al final de este texto, los cambios concernientes al papel y al lugar de las mujeres en la industria de los medios fueron muy limitados en los últimos veinte años en Canadá.

Revistas de mujeres: *La bonne parole*¹⁰

Las revistas feministas buscan ayudar a las mujeres a desarrollar el conocimiento político y social necesarios para su emancipación; pueden ser fuentes de resistencia de las mujeres y de oposición a la ideología y la cultura hegemónicas. En Quebec, tales revistas han existido desde los albores del siglo xx. Una de ellas, *La bonne parole* (1913-1958) (La palabra sabia), fue creada por un grupo de mujeres comprometidas, en su mayoría pequeño burguesas, que se impusieron la misión de despertar la conciencia social de las mujeres y ayudarlas a expandir su esfera de actividades. *La bonne parole* se publicó durante 45 años, y constituye una importante fuente de información relativa a los cambios sociales que afectaban las condiciones y el lugar que ocupaban las mujeres en la sociedad quebequense.

La bonne parole se publicó durante lo que algunos historiadores han llamado el periodo de supervivencia y tradición en Quebec, y murió con el final de

¹⁰ La discusión de éste y los siguientes apartados se desarrolla con mayor amplitud en: M. Martin, "Changing the Pattern: Women and the Media in Quebec", en S. Burt, L. Code y L. Dorney, eds., *Changing Patterns: Women in Canada* (Toronto: McClelland and Stewart, 1992).

Duplessis (1936-1939 a 1944-1959), un largo periodo de oscuridad en Quebec, particularmente para las mujeres, en el cual la Union Nationale (Unión Nacional), el partido de Maurice Duplessis —un partido de ala derecha, nacionalista— estaba en el poder y en el que la Iglesia, la cual recibía jugosos subsidios y concesiones del gobierno, lo apoyaba fuertemente en su esfuerzo por mantener al pueblo bajo una rígida autoridad política y religiosa, y en la ignorancia, esto hasta la muerte de Duplessis en 1959.

La revista fue fundada por dos feministas reconocidas de Quebec, Caroline Béique y Marie Gérin-Lajoie, como el órgano de la Fédération Nationale St-Jean-Baptiste (Federación Nacional de San Juan Bautista), un organismo nacionalista muy cercano a la Iglesia. Regularmente, se tiraban dos mil ejemplares, un número relativamente grande para la época. El objetivo de Béique y de Gérin-Lajoie era dar a las mujeres una publicación intelectual en donde pudieran expresar sus cualidades morales y sus energías para satisfacer sus necesidades de iniciativa y para autoafirmarse.

Los escritores durante los primeros tiempos de *La bonne parole* eran normalmente sacerdotes y doctores hombres que difundían sus “sabias palabras” (*bonne parole*). Con el transcurso de los años estos escritores fueron desplazados casi totalmente por mujeres. La ideología que adoptó la publicación es lo que Dumais llama “feminista reformista”, y Code llama “feminista temprana liberal”;¹¹ ésta intentaba, paso a paso, ganar para las mujeres los mismos derechos que disfrutaban los hombres, sin cambiar la sociedad fundamentalmente. En consecuencia, los temas de la revista tenían que ser aprobados por la Iglesia Católica, lo que significaba no hacer mención alguna del control natal o del aborto, aunque ambos eran practicados comúnmente por las mujeres de Quebec. Dumais señala que las editoras de *La bonne parole* eran sumisas hacia la Iglesia, “una institución masculina, si es que alguna vez hubo alguna”.¹² Así, para asegurar el éxito y la legitimidad de su revista, estas mujeres tenían que asegurar el apoyo de las autoridades católicas.

Como el órgano de una organización nacionalista, el propósito principal de *La bonne parole* era enlistar a las mujeres en la causa del nacionalismo de Quebec, específicamente alentándolas a tener hijos y a criarlos como patriotas francocanadienses. Solía compararse a la familia con el gobierno, en donde una mu-

¹¹ M. Dumais, *La mère dans la société québécoise. Étude éthique d'un modèle à partir de deux journaux féministes: La bonne parole (1913-1958) et Les têtes de pioche (1976-1979)*, Documento 5 (Ottawa: CRIAW, 1983); L. Code, “Feminist Theories: A Contemporary View”, en S. Burt, L. Code y L. Dorney, eds., *Changing Patterns...*, respectivamente.

¹² Dumais, *La mère dans la société québécoise...*, 6.

jer alguna vez se suponía que debía ser “la reina del hogar” (“*la reine du foyer*”, un término que todavía se usa en la actualidad) y otras veces su “ministro del interior”. Esta asociación entre familia y gobierno hizo de la misión de la revista solicitar la ayuda de las mujeres en la construcción de una nación. Esto fue particularmente evidente durante la segunda guerra mundial. Por ejemplo, en 1943, *La bonne parole* veía a las mujeres de Quebec como elementos esenciales para la prosperidad nacional y para la expansión social, económica y política; y sin embargo, la revista aconsejaba a las mujeres regresar al hogar después de la guerra y cuidar a sus familias. Esto, en una época cuando hasta un 24 por ciento de las mujeres de Quebec tenían empleo.

Al paso de los años, la revista abrió cauces para alentar la emancipación de la mujer. La educación de las niñas fue una de las vías propuestas para dar vuelta a la opresión social y religiosa. Se ponía mucho énfasis en la educación para que las jóvenes pudieran tener un papel más importante en la sociedad de Quebec. A pesar de que este papel se limitaría principalmente a la familia, estaba destinado a la larga a dar forma a la sociedad en su conjunto a través de los niños que las “niñas” criarían más adelante. Para alcanzar este interés nacional, *La bonne parole* aconsejaba a las mujeres quebecuenses que se sujetaran a valores como la “devoción”, la “caridad” y la “bondad”, el “sentido moral”, el “valor” y la “sumisión”. Antes de 1958, se creía que estos valores debían ponerse en acción en el hogar. La esposa-madre ideal debía mantener a su esposo en el hogar, fuera de las tabernas y burdeles, y debía infundir en sus hijos las nociones de fe y patriotismo. La revista, que se suponía alentaría la emancipación de la mujer en Quebec, adoptó una posición ambigua respecto al trabajo femenino asalariado. En teoría, las tareas domésticas de las mujeres eran declaradas supremas; sólo cuando se enfrentaban a la necesidad económica la revista aceptaba la noción de que las mujeres pudieran trabajar fuera del hogar.¹³

Es importante recordar, no obstante, el contexto político y social en que estas mujeres vivían. Fue varias décadas antes de la Revolución tranquila;¹⁴ la provincia de Quebec aún estaba bajo el yugo de una Iglesia muy fuerte y jerárquica de apariencia omnipotente y omnipresente. Más aún, el orden moral marcado por la Iglesia era totalmente apoyado por el Estado. Esta cultura religiosa patriarcal afectaba a las mujeres al menos tanto como a los hombres. No es tan extraño entonces, que hasta las feministas más “radicales” estuvieran de acuerdo con el orden y las estructuras sociales hegemónicas de la época.

¹³ *Ibid.*, 26-30 y 54.

¹⁴ La Revolución tranquila fue un periodo de emancipación de la Iglesia, no sólo para las mujeres, sino para toda la sociedad quebecuense.

Hacían lo más que podían con lo que tenían. Por ejemplo, en la arena política, Marie Gérin-Lajoie estaba involucrada activamente con el sufragio femenino,¹⁵ convencida que la esfera pública era sólo una extensión de la familia. Su lucha era en los niveles tanto municipal como provincial del gobierno. Los asuntos en que intervenía políticamente con frecuencia se discutían en *La bonne parole*, en donde ella recomendaba cambios al código civil de Quebec, los cuales aseguraran el derecho de las mujeres a tener propiedades e ingresos propios.¹⁶

Así, *La bonne parole*, una revista feminista católica, alentaba actividades conflictivas para las mujeres: a la vez que aconsejaba a las mujeres quedarse en casa y cumplir con los quehaceres domésticos con amor y docilidad, las instigaba a que se involucraran en la acción social y apoyaba fuertemente el sufragio femenino; predicaba que la educación superior fuera más accesible para las niñas, mientras las alentaba a quedarse en casa y desempeñar sus deberes domésticos. En otras palabras, los artículos de los editores reflejaban las condiciones contradictorias en que se encontraban las mujeres de Quebec cotidianamente, en especial durante la primera y segunda guerras mundiales. Y sin embargo, estas contradicciones abrieron el camino para que las feministas de épocas posteriores se comprometieran con pensamientos y acciones más radicales.

La televisión de mujeres: *Femme d'aujourd'hui*

El caso de *Femme d'aujourd'hui* (Mujer de hoy) es particularmente interesante para mi análisis. Fue el primer programa “de la mujer” que se transmitió por televisión. Éste comenzó durante la Revolución tranquila y estuvo al aire por 17 años (de 1965 a 1982). Al igual que para *La bonne parole*, esta larga existencia permite ver un cambio en las condiciones sociales en que las mujeres vivían en la sociedad quebequense. Este periodo trajo consigo cambios profundos en las instituciones sociales, políticas y económicas de Quebec. Pero estos cambios no necesariamente se reflejaron en la representación de las mujeres en los medios masivos de comunicación, como se verá más tarde. No obstante, el papel de los medios masivos durante la Revolución tranquila fue crucial.

Femme d'aujourd'hui fue producido por Michèle Lasnier, desde su segundo año, en 1966, hasta su fin en 1982. Aline Desjardins condujo las entrevistas para el programa desde 1966 hasta 1975. Se transmitía durante una hora todos los días de la semana para una audiencia esencialmente femenina. De acuerdo

¹⁵ A las mujeres de Quebec se les concedió el derecho a votar hasta 1940.

¹⁶ Dumais, *La mère dans la société québécoise...*, 57.

con Desjardins, el programa inicialmente no intentaba ser feminista, pero con el nombramiento de Lasnier como directora ejecutiva del programa, comenzó a haber un cambio en los mensajes y en el tono. Ella inmediatamente empezó a invitar al programa a mujeres especialistas en varios campos y profesiones, y a promover la discusión de asuntos de mujeres en distintas áreas sociales. Si bien una amplia lista de temas era discutida en los programas en 1965, antes de que Lasnier estuviera a cargo, *Femme d'aujourd'hui* se ocupaba principalmente de tejido, cocina, baile, o temas más serios como el matrimonio, la salud, etc., y para ello se invitaba a sacerdotes o a médicos hombres para que dieran su consejo.¹⁷ Para 1975, la situación había cambiado drásticamente, no sólo se invitaba al programa a mujeres especialistas para que opinaran sobre problemas como el matrimonio, la salud, etc., sino también para discutir el control natal, la vasectomía, el divorcio, el trabajo asalariado y el tiempo de ocio de las mujeres; en pocas palabras, temas específicos para las mujeres quebequenses de esa época. El programa estaba dirigido a romper con un patrón de valores estereotípicos y tradicionales. La transformación de su contenido reflejaba y promovía el cambio social en Quebec. Como Aline Desjardins dijo: "abordábamos tanto los asuntos más controversiales de las mujeres en la sociedad quebequense como asuntos culturales". La postura política del programa se convirtió en la del feminismo liberal contemporáneo.

Cada año, *Femme d'aujourd'hui* se dedicaba a cierto número de temas específicos. Para citar un caso, de 1972 a 1973, se trataron asuntos culturales y artísticos, así como problemas de salud y psicológicos. Para 1973-1974, el tiempo empleado en temas sociales relacionados con las mujeres se había triplicado; mientras que para 1974-1975, el interés se centraba principalmente en los problemas familiares y en las dificultades de las parejas. Dos temas eran particularmente populares: los sucesos artísticos y culturales y los asuntos sociales. Mientras los primeros eran dirigidos a las mujeres (18 por ciento), la mayoría de las entrevistas sobre los segundos tenía que ver con asuntos de mujeres. Pocas cuestiones económicas y políticas se discutían en el programa, puesto que, para los administradores masculinos de Radio Canadá, tales asuntos pertenecían al campo más serio de los asuntos públicos. Lo que estos hombres no pudieron prevenir, sin embargo, fue el matiz de fondo político adoptado en muchas discusiones.¹⁸

¹⁷ Esta información la proveyó Aline Desjardins durante una larga entrevista que amablemente me concedió.

¹⁸ M. Légaré, "The Television Programme *Femme d'aujourd'hui* (Canada)", en *The Influence of Audio-Visual Media on the Socio-Cultural Behaviour of Women* (París: UNESCO, 1980), 57-59.

Anne Légaré identifica tres transformaciones importantes en el programa durante el periodo de 1971 a 1978. De 1972 a 1973, se vio "un marcado incremento en las preocupaciones sociales", en promedio un 24 por ciento del tiempo de transmisión. El porcentaje otorgado a los asuntos sociales aumentó notablemente otra vez en 1974-1975 y en 1977-1978. Este interés creciente en los asuntos sociales respondía a la ideología del programa y a los cambios que afectaban a la provincia de Quebec en aquel momento.¹⁹ Guiadas por el interés de abordar contenidos que pudieran ayudar a las mujeres a obtener los derechos a la libertad y a la igualdad de oportunidades, el equipo de *Femme d'aujourd'hui* también intentaba mantenerse al día con las emocionantes transformaciones en Quebec. Esta atención creciente a los asuntos sociales no se limitaba a este programa; en general se podía notar en la relación entre los medios de comunicación y la sociedad.²⁰

El número de programas dedicados a un solo tema creció de dos durante el periodo de 1966 a 1967, a veinte en 1970-1971, y hasta 61 durante 1976-1977. A pesar del gran aumento en el número de estos programas, tan sólo el 26 por ciento de tiempo dedicado a los asuntos propiamente de mujeres, con este formato, siguió siendo el mismo que el de las transmisiones regulares desde principios de los setenta. De la misma manera, el cambio en el contenido revela un importante aspecto de la transformación que las mujeres en Quebec estaban experimentando en aquel periodo. Los temas discutidos en el programa revelaban las principales preocupaciones de las mujeres de ese tiempo, al menos las de las mujeres provenientes de clases interesadas en ese tipo de preocupaciones pequeño burguesas; a saber, problemas más bien relacionados con el lugar, el papel y las actitudes del individuo en la estructura social, que con los cambios en la estructura social misma. Y sin embargo, sus contenidos, como ya lo mencioné, son construcciones de la realidad. En este contexto, es importante echar un vistazo a quienes eran presentados como especialistas en ciertos temas.

Aunque la mayoría de las mujeres eran invitadas como testigos,²¹ también se invitaba a un porcentaje significativo de ellas como especialistas, por ejemplo, el 55 por ciento de todos los artistas y artesanos, y el 53 por ciento de todos los profesionistas invitados entre 1966 y 1978 fueron mujeres. En cuanto a los oradores invitados durante 1972-1973, las mujeres sobrepasaron en número a

¹⁹ Era el periodo siguiente al informe de la Real Comisión sobre la Condición de las Mujeres en Canadá, el cual se discute más adelante.

²⁰ Légaré, "The Television programme...", 59.

²¹ Los "testigos" eran mujeres invitadas a asistir a la grabación del programa, pero que no tenían derecho a intervenir.

los hombres. Este cambio de género entre los participantes invitados necesariamente trajo consigo algunas transformaciones en los mensajes del programa. Un indicador del cambio que ocurría no sólo en el enfoque adoptado por *Femme d'aujourd'hui*, sino en el de la sociedad de Quebec, fue el agudo incremento en el número de mujeres participantes, invitadas entre 1972 y 1978, especialmente en la categoría de profesionistas. Esto "claramente plantea la cuestión de la relación entre ideología, contexto social y programa".²²

Durante los años setenta, en Quebec, hubo un movimiento, cada vez más grande, que buscaba soluciones colectivas a través de la organización de grupo. Mientras que era común para las producciones de los medios privilegiar las soluciones individuales sobre las colectivas, a principios de los setenta *Femme d'aujourd'hui* ya comenzaba a mostrar interés hacia las organizaciones de grupo, especialmente hacia las organizaciones de mujeres. El programa, que estaba diseñado para audiencias familiares, gradualmente cambió sus *discusiones* hacia las soluciones colectivas para los problemas sociales, aun cuando continuó privilegiando el uso de las soluciones individuales. En cualquier caso, la presentación de soluciones colectivas provenientes de organizaciones de mujeres no aumentó hasta después de mediados de los setenta. Pero, después de todo, *Femme d'aujourd'hui* seguía las líneas del feminismo liberal. Como era categorizado como un programa de mujeres de entretenimiento ligero, no es de sorprender que no se invitara frecuentemente a miembros de sindicatos obreros. De hecho, la proporción de mujeres en todo tipo de organizaciones era baja.

Aun así, uno no debería juzgar la importancia de los asuntos estrictamente femeninos y el impacto mismo del movimiento feminista solamente en términos cuantitativos. Como señala Légaré, muchas mujeres miembros del equipo de producción estaban influidas por la ideología feminista, incluyendo a la conductora líder del programa. Conforme el programa se desarrolló y la sociedad en Quebec cambió, Desjardins adquirió mayor conciencia de los asuntos de las mujeres y cada vez deseaba incluirlos más en sus entrevistas. Como el entrevistador conductor juega un papel muy importante en orientar la discusión en este tipo de programas de televisión, Desjardins ciertamente fue instrumental en términos del impacto que el programa tenía sobre los auditorios. Su relación con la audiencia así lo demuestra. Durante su trabajo en *Femme d'aujourd'hui*, frecuentemente algunas mujeres la detenían en la calle o en lugares públicos para expresarle su gratitud por la información y la conciencia que el programa les ofrecía.

²² Légaré, "The Television Programme...", 54.

De cualquier manera, el equipo y especialmente su directora ejecutiva tenían que pelear continuamente para mantener *Femme d'aujourd'hui* a flote en términos de su calidad, ya que su presupuesto gradualmente iba disminuyendo. Sin duda alguna, este programa de mujeres no era tomado muy en serio por la administración, a pesar de su popularidad. Por ejemplo, como todos los otros tipos de programas de mujeres, era transmitido después de mediodía, a pesar de que una gran parte del auditorio femenino trabajaba fuera del hogar durante el día, y no podían verlo.²³ Pero, a pesar de su inconveniente horario de transmisión, el programa era muy popular entre las mujeres e incluso entre los hombres.²⁴ Aun así, la petición de Lasnier de que se colocara en horario preferencial se encontró con el rechazo categórico de la administración de Radio Canadá. Las ideas convencionales sobre la transmisión sostenían que el horario preferencial era el adecuado para los programas de asuntos públicos o de entretenimiento familiar.

La presión de la Federación de Mujeres de Quebec (Fédération des Femmes du Québec) apoyó los esfuerzos de Lasnier para que Radio Canadá cambiara el horario y lo colocara en horario preferencial. La Federación emitió una recomendación en 1971 para la administración de Radio Canadá, solicitando que el programa se retransmitiera por las tardes.²⁵ La petición fue otorgada cinco años más tarde, en 1976, cuando la Cadena de acción e información para mujeres (Réseau pour l'action et information des femmes) logró, durante los diez días del Salón de la mujer (Salon de la femme), recopilar 3 927 firmas para una petición que exigía a la administración programar la transmisión de *Femme d'aujourd'hui* para la tarde. La popularidad del programa se notó a través de la creciente participación de sus televidentes, tanto por medio de cartas como de llamadas telefónicas.

Sin embargo, pocos años después del Año Internacional de la Mujer, la administración de Radio Canadá, que tenía poder exclusivo sobre el presupuesto del programa, fue reduciendo el financiamiento al mismo, colocando así a su equipo de producción en una situación precaria en cuanto a seguridad en el empleo, y afectando de la misma manera la supervivencia del programa. Sólo la directora ejecutiva y la conductora principal tenían contratos permanentes. Las asistentes de dirección y algunas periodistas eran empleadas por la administración sobre la base de un contrato anual, mientras que a las asistentes de investigación se les pagaba por episodio, y no tenían ninguna clase de presta-

²³ Entonces no existía la grabación en video casero.

²⁴ Como decía la descripción en el folleto para la publicidad sugerida.

²⁵ M. Légaré, "The television programme...", 67.

ciones. A pesar de esta situación, algunas personas permanecieron en el equipo durante años y parecían estar comprometidas con los temas de mujeres.

Queda claro que la participación de las mujeres en los medios de comunicación ha tenido un impacto sociocultural en la sociedad canadiense. Los dos ejemplos presentados sugieren que estaban teniendo lugar importantes cambios en los papeles que jugaban y los lugares que ocupaban las mujeres en la sociedad quebequense. Dado tal impacto, sería importante que las mujeres estuvieran representadas en el proceso de producción y en los contenidos de los medios de una manera justa. La parte final de este artículo mostrará que los cambios que ocurrieron en estos niveles fueron muy pocos y engañosos en los últimos veinte años en Canadá.

Las mujeres en los medios masivos de comunicación canadienses: un panorama general

Las mujeres, en Canadá, no han tenido progresos significativos en los últimos veinte años, tanto en términos de número como de estatus en el proceso de trabajo y en los contenidos de por lo menos dos medios masivos de comunicación: los medios impresos y la televisión. Además, los cambios ocurridos fueron superficiales.

En su estudio comparativo, realizado con base en estadísticas de 1974 y 1990, G.J. Robinson encontró un porcentaje similar de trabajadoras en el proceso de trabajo de los diarios anglocanadienses: el 35 por ciento del total de los trabajadores era mujeres tanto en 1974 como en 1990. No obstante, algunas diferencias fueron observadas en los tipos y formas de discriminación de género. En 1974, las mujeres tenían dificultades para conseguir una ocupación segura en los medios, y la mayoría trabajaba en posiciones de bajo estatus y bajo ingreso, como secretarías y recepcionistas. La radio y la televisión eran los medios masivos con el más bajo porcentaje de representación de mujeres, con un 14 por ciento. Las ocupaciones más prestigiosas, como jefes de noticieros o reporteros, estaban fuera del alcance de todas las mujeres, de las cuales se decía generalmente que les faltaba educación, eran fastidiosas, o incluso ¡que necesitaban protección contra los peligros o las imágenes impactantes de algunos reportajes! Entre las que podían ingresar y trabajar en un medio público tal como la CBC, el 60 por ciento tenía menos de 36 años y eran solteras, mientras que el 60 por ciento de los hombres tenía más de 36 años y estaban casados. Se consideraba a las mujeres casadas muy engo-

rrosas, puesto que la mayoría de ellas dispondría, en algún momento, de tiempo para la familia.²⁶

En 1990, el 35 por ciento de las mujeres que trabajaban para la televisión también se encontraba en las posiciones menos deseables.²⁷ Sólo el 9 por ciento de los editores en jefe y el 6 por ciento de los gerentes editoriales eran mujeres.²⁸ Las categorías donde las mujeres dominaban en término de número eran el trabajo de oficina, al igual que en 1974, en maquillaje, guiones y vestuario. Las mujeres representaban menos del 10 por ciento de todas las posiciones creativas (productoras, editoras, escritoras, etc.). Los canales públicos, como la CBC, empleaban más mujeres que los privados, con 34 por ciento en comparación con 14 por ciento. En la CBC, el 28 por ciento de las mujeres tenía puestos gerenciales, pero todas estaban en los segundos niveles de la jerarquía y ninguna estaba en los puestos más visibles de la cúpula; el 77 por ciento de los lectores de noticias y el 70 por ciento de las voces en off eran hombres. Estos números, no obstante, fluctuaban de un año a otro. En los canales más chicos y menos competitivos, las trabajadoras mujeres tendían a ser más numerosas y a tener puestos de mayor prestigio. En Tele Quebec (Télé-Québec),²⁹ por ejemplo, se contrató a una mujer como presidenta, aunque fue criticada en repetidas ocasiones y, finalmente, después de dos años renunció. 1995 fue uno de los años más oscuros para las mujeres en la industria de la televisión en Quebec, un número significativo de mujeres fueron o bien despedidas o reubicadas en puestos o programas mucho menos importantes.

A pesar de que en los noventa siguen existiendo barreras que impiden a las mujeres acceder a puestos más importantes, éstas son muy diferentes de las que existían en los años setenta. Como actualmente las barreras evidentes están prohibidas por la ley, los obstáculos para que las mujeres consigan un empleo son mucho más sutiles. Robinson sostiene que ya no es problema conseguir un empleo en la industria de los medios, pero sigue siendo difícil hacer una carrera ahí. Las actitudes, los sesgos y las suposiciones albergadas por los gerentes, quienes ahora rondan por los sesenta años y quienes todavía participan en el proceso de trabajo, constituyen los obstáculos más tramposos, ya que afectan las experiencias de las mujeres de diferente maneras: pocas o ninguna oportunidades de promoción, dificultad para tener acceso a las cadenas infor-

²⁶ G. J. Robinson, "Women and the Media in Canada: A Progress Report", en H. Holmes y D. Taras, eds., *Seeing Ourselves* (Toronto: Harcourt, 1992), 261.

²⁷ *Ibid.*, 262.

²⁸ G. J. Robinson y A. Saint-Jean, "From Flora to Kim: Thirty Years of Representation of Canadian Women Politicians", en H. Holmes y D. Taras, *Seeing Ourselves*, 32.

²⁹ Previamente llamado Radio-Quebec.

males de información, y la carga de la doble función de las mujeres, aún muy presente, que les impide desempeñar actividades afuera relacionadas con su empleo. Finalmente, los ingresos de las mujeres todavía son más bajos (alrededor del 75 por ciento) que los de los hombres en la misma ocupación.³⁰

Tal vez los cambios más dignos de hacer notar se han dado en el nivel de los contenidos de los diferentes tipos de programas. Robinson y Saint-Jean encontraron que la discriminación hacia las mujeres se expresa de formas diferentes a las de periodos anteriores: los estereotipos sexuales han cambiado con los años.³¹ En su estudio sobre la representación de las mujeres en la realización de políticas para los medios, encontraron que, desde los cincuenta, los medios han pasado por tres fases de estereotipos sexuales. La primera fase, el periodo biológico (hasta 1970), está guiado por las narrativas tradicionales de hombres y mujeres, que asumen que ellos operan en esferas mutuas diferentes (pública para los hombres, privada para las mujeres). La siguiente fase, el periodo de transición (1970-1990), se caracteriza por el síndrome de la supermujer, a saber, mujeres que son madres y trabajadoras al mismo tiempo. La última fase sería un periodo más igualitario (comienza en 1990), en el cual parece que a las mujeres se les presenta como parte de "la pandilla".

Aunque uno puede no estar de acuerdo enteramente con una división tan tajante de los estereotipos,³² los contenidos de los medios canadienses han sufrido algunos cambios, adaptando la realidad social hasta cierto punto, pero aún rezagados con respecto a los cambios sociales. De hecho, los personajes femeninos continúan teniendo baja o mala representación en los programas de ficción y de no ficción. Por ejemplo, el 55 por ciento de todos los repartos de los dramas que se transmiten en horario preferencial corresponden a hombres, y el 45 por ciento restante son mixtos por partes iguales o predominan las mujeres. En las telenovelas que se transmiten durante el día, producidas especialmente para las mujeres, el 79 por ciento de los elencos es una mezcla pareja de papeles masculinos y femeninos. Pero, en los programas menos prestigiosos, las mujeres tienen mayor representación; incluso en los que contienen una cantidad pareja de mujeres, los personajes femeninos se representan de maneras diferentes, como menos poderosas, con menor autoridad y conocimiento que los personajes masculinos. Por ejemplo, el 90 por ciento de los personajes poderosos en progra-

³⁰ Robinson, "Women and the Media...", 262. Éste es un terreno, donde el gobierno duda en intervenir, dado el poderoso cabildeo de parte del mundo de los negocios.

³¹ Robinson y Saint-Jean, "From Flora to Kim..."

³² Véase B. M. Freeman, "Framing Feminine/Feminist: English Language Press Coverage of the Hearings of the Royal Commission on the Status of Women in Canada, 1968", *International Journal of Canadian Studies*, no. 11 (primavera de 1995): 11-31.

mas de no ficción, y el 81 por ciento en programas de ficción son masculinos; el 58 por ciento de todos los programas tiene por lo menos una mujer en un papel no tradicional, mientras que el 98 por ciento representa a los hombres en papeles tradicionales. A pesar de que ya no se presentan mujeres como muñecas sexuales, todavía son representadas como objetos sexuales. De acuerdo con Robinson, en 1990, el 22 por ciento de todos los programas en horario preferencial tenían uno o más retratos muy evidentes de mujeres como objetos sexuales.³³ Aunque la noción de Robinson de objeto sexual no está claramente definida.

Las narrativas de los programas de ficción también han cambiado con el paso del tiempo. Los comentarios abiertamente sexistas ya no están permitidos. El cambio podría atribuirse en parte a algunas recomendaciones hechas en el informe de la Real Comisión sobre la Condición de las Mujeres en Canadá (Royal Commission on the Status of Women in Canada), que salieron a la luz en 1970 y denunciaron las prácticas sexistas en todas las esferas de la sociedad. Sin embargo, aún existen maneras sutiles para discriminar entre los personajes femeninos y los masculinos. En su estudio sobre las mujeres dedicadas a la política, Robinson y Saint-Jean encontraron que una manera de hacer la distinción es hablar de los diferentes tipos de gobiernos, por mujeres y por hombres; se dice que las mujeres tienen una "manera femenina" de gobernar, lo cual implica capacidad de escuchar, de cooperar, de manejar a la gente, mientras que los hombres tienen una manera más agresiva, que involucra ser bueno para tomar decisiones y controlar las cosas y a la gente. Esta descripción puede implicar que ellas son muy suaves para gobernar.³⁴ Estos resultados sugieren que los periodistas son responsables de algunos de los sesgos contra las mujeres.

Barbara M. Freeman atribuye a los periodistas una parte de la discriminación sexual en los medios, especialmente en los reportajes.³⁵ Su estudio sobre cómo los noticieros cubrieron las audiencias de la Real Comisión sobre la Condición de las Mujeres, llevadas a cabo en 1968 en todo Canadá, muestra que las reacciones y modos de trabajar de los periodistas eran similares, sin importar su sexo. Ella argumenta que la manera en que los periodistas cubrieron esto tuvo un impacto en lo que ha venido sucediendo en los medios desde 1968 y, al menos parcialmente, explica la persistencia de la discriminación y del estereotipo sexual. Una de las principales fuentes de discriminación sería la confusión entre las nociones de "feminidad" y "feminismo", entre los periodistas y, subsecuentemente, en los lectores.

³³ Robinson y Saint-Jean, "From Flora to Kim..."

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Freeman, "Framing Feminine/Feminist..."

Freeman se enfoca “en las diversas maneras en las que «feminidad» y «feminismo» fueron interpretados por los medios durante la cobertura de las audiencias sobre la condición de la mujer”.³⁶ La interacción de la *construcción social de las noticias* con la *construcción social del género* habría constituido una importante fuente de malentendidos y malinterpretaciones de estos dos conceptos. Sin duda alguna, en la construcción de las noticias, los periodistas tienen que reportar en pocas palabras una gran cantidad de información y además deben hacerla interesante. Por una parte, se dice que el proceso de condensar tal cantidad de información elimina la mayoría de los matices y sutilezas; por otra parte se dice que el proceso de hacer la historia interesante, usando “recursos para contar historias”, poniendo énfasis sobre las personalidades, conduce a estereotipar sexualmente. Como Freeman subraya, los periodistas no relatan la historia como es, sino que “la cuentan como lo que significa”. Como resultado, cualquier desviación de las normas culturales sustentadas por la ideología dominante patriarcal, es calificada de “militante” o “radical”.³⁷ Es en este proceso que la construcción del género interfiere con la construcción de las noticias: cualidades muy diferentes se usan para describir a los hombres y a las mujeres que tienen el mismo estatus. Freeman informa que un periodista describió a la profesora universitaria Jeanne Lapointe así: “Si se puede llamar chica *a go go* a una académica profesional e intelectual, entonces Jeanne Lapointe es justamente eso”, mientras que se refería a Jacques Henripin, quien tenía el mismo cargo, pero en otra universidad, así: “Uno de los académicos francocanadienses de la nueva generación de ilustrados”.³⁸

De acuerdo con Freeman, los discursos difundidos por los periodistas en los medios acerca de las mujeres que hablaban en la Comisión eran tan hostiles a cualquier cosa relacionada con el feminismo que muchas líderes de movimientos a favor de los derechos de las mujeres o bien “negaron el feminismo o le restaron importancia”.³⁹ Incluso las mujeres que aparecían en las audiencias sólo para escuchar eran etiquetadas como “feministas”, especialmente si su apariencia física no correspondía con el *look* estereotípico de la época. Asimismo, tenían que cuidar mucho el tono de su voz, ya que si levantaban la voz, se les llamaba “histéricas”. Bajo estas condiciones, la mayoría de las mujeres en las audiencias, incluyendo a las periodistas que hacían un reportaje, se esmeraban para presentar sus argumentos a favor de la igualdad de géneros “den-

³⁶ *Ibid.*, 24.

³⁷ *Ibid.*, 16.

³⁸ *Ibid.*, 17.

³⁹ *Ibid.*, 18.

tro de límites «femeninos» aceptables», puesto que «a pesar del género, los periodistas y editores tendían a responder de manera inquieta y defensiva a cualquier activista que se desviara demasiado del ideal femenino para presentar su caso a favor del estatus de igualdad». ⁴⁰ Y además del tono de su voz, la apariencia de las mujeres que presentaban un informe a la comisión también parecía influir la manera como eran representadas en los medios. Si una mujer no era atractiva o bonita, los periodistas, de cualquier sexo o edad, la denigrarían como «no-femenina» y «feminista», lo que se entendía peyorativamente como ser problemáticas. Por último, una mujer «tenía que ser muy cuidadosa de no amenazar a los hombres con lo que decía si quería ser tomada en serio y evitar ser difamada en los medios». ⁴¹

Freeman argumenta que la connotación negativa del término «feminismo» provino del hecho de que los periodistas lo asociaban con el movimiento radical de las sufragistas de medio siglo atrás. Esta asociación negativa desanimó a las mujeres jóvenes a adherirse a la ideología feminista y las hizo sentir incómodas cuando se les identificaba como feministas. ⁴² En pocas palabras, las mujeres en general, al igual que los periodistas de ambos sexos, querían «creer que una podía ganar la igualdad con argumentos racionales, humanistas, sin tener que sacrificar la propia «feminidad»» ... O dicho de otra forma: las mujeres iban a tener que ganar sus derechos siendo atractivas, sin levantar la voz, sin desafiar abruptamente el *statu quo*, y mediante no amenazar a los hombres abiertamente. Eso significaba distanciarse de otras mujeres más impacientes «que hacían exactamente eso, y que eran tachadas de «feministas», «militantes» y «radicales»». Esto, dice Freeman, fue lo que dio su definición a la noción de «feminista». Esto dio como resultado una definición del término «feminismo», y por ello para algunas mujeres fue difícil aceptar ser parte del grupo. ⁴³ De ahí que los periodistas indudablemente tienen una responsabilidad histórica en la imagen que rodea el movimiento feminista y a las mujeres que se adherían a él.

El estudio de Cavanagh de 1995 apoya el análisis de Freeman y muestra que los periodistas todavía usan técnicas de discriminación de géneros para representar a los hombres y a las mujeres, al menos en los programas deportivos de televisión, los cuales por tradición son «el territorio exclusivo de los hombres». ⁴⁴ De acuerdo con Cavanagh, la CBC emite al aire alrededor de 0.5 a 4 por

⁴⁰ *Ibid.*, 13-14.

⁴¹ *Ibid.*, 21.

⁴² *Ibid.*, 23.

⁴³ *Ibid.*, 25.

⁴⁴ R. Cavanagh, ««But Can She Play in the NHL?» A Critical Analysis of Television Sport», en M. Grenier, ed., *Critical Studies of Canadian Mass Media* (Toronto: Butterworths, 1992), 169-184.

ciento de la programación de deportes sobre atletas mujeres; el porcentaje más alto se atribuye a eventos especiales tales como los Juegos Olímpicos. La jerarquía en el proceso de trabajo en la CBC, en el terreno de los deportes, es abrumadoramente de orientación masculina: los hombres ocupan todas las posiciones en los niveles ejecutivos y de toma de decisiones, en la producción, la actuación, la edición, el sonido y las imágenes gráficas. Las mujeres trabajan como secretarías, recepcionistas, investigadoras y asistentes de producción. Como en otros terrenos de la industria de los medios, Cavanagh ha encontrado que hay discriminación a nivel de los ingresos percibidos entre hombres y mujeres que ocupan puestos similares, en un proceso de producción que reproduce “los mecanismos del poder que dan forma a la división de los géneros en nuestra sociedad”. La producción de los deportes televisados está en gran medida influida por una división de géneros social-laboral, la cual reproduce las relaciones de poder en la sociedad.⁴⁵

El sexismo suele ser expresado en forma de comentarios sexistas que dicen los periodistas y productores hombres en la sala de producción, incluso en presencia de trabajadoras mujeres. El estereotipo sexual también se utiliza cuando se etiqueta a quienes están frente a la cámara, con base, aparentemente, en las mismas malas interpretaciones, impregnadas de la ideología patriarcal dominante de los setenta. Mientras más cambia, más se parece. Por ejemplo, las competidoras de alto nivel frecuentemente son identificadas como lesbianas cuando no corresponden a la definición masculina de feminidad. Más aún, las mujeres atletas son llamadas *chicas* mientras que los hombres *hombres*. En los deportes, como en el medio de las mujeres dedicadas a la política, las ejecutantes femeninas son descritas de acuerdo a sus características personales, incluso por parte de los expertos quienes suelen ser exdeportistas o entrenadores, mientras que los deportistas masculinos son descritos de acuerdo con su ejecución. Esto, según Cavanagh, “da cuenta de la manera en que las diferencias de género permean varios niveles del deporte, desde su organización hasta su producción televisiva”.⁴⁶

Incluso la utilización de la cámara es discriminatoria. Cavanagh usa un interesante ejemplo de la competencia de clavados en la plataforma de diez metros. La cámara usualmente se pasea por algunos segundos por el cuerpo del clavadista antes de que salte. Cuando se trata de un hombre, se enfoca en su cara, mostrando su concentración mental; cuando es una mujer, hace un paneo lento a lo largo de todo su cuerpo: de los pies a la cabeza.

⁴⁵ *Ibid.*, 244.

⁴⁶ *Ibid.*, 247.

Conclusión

Este estudio revela que los medios masivos de comunicación son esenciales para las experiencias de las mujeres en diferentes maneras: primero, ellos proveen mujeres con diferentes tipos de ocupaciones, aunque no tan prestigiosas como las que ofrecen a los hombres; y, segundo, sugieren los patrones de actividad y comportamiento sociales para las audiencias femeninas, a grado tal que sus contenidos tienen cierta influencia en las prácticas sociales y culturales. De ahí que si las mujeres quieren sobrevivir, sea de gran importancia que los medios no sólo reflejen la realidad, sino que estén a la vanguardia de los cambios sociales progresivos, ya que, al parecer, la mayoría de los medios se encuentran rezagados respecto de los cambios sociales, incluso los que controlan las mujeres. De hecho, las condiciones económicas, políticas y culturales bajo las cuales producen estos medios tienen un impacto significativo en la constitución de su proceso de trabajo y en sus contenidos. La realidad que proyectan es construida en su mayor parte por hombres, quienes continúan siendo mayoría en el proceso de producción, con sus valores e ideología tradicionales. Pero, como hemos visto, hasta las mujeres en algunas áreas, como el periodismo apoyan estos puntos de vista conservadores. ¿Cómo cambiar las cosas entonces? Cavanagh argumenta que la discriminación contra las mujeres sucede porque el proceso de producción es en gran medida controlado por hombres, y porque tenemos muy pocas alternativas, ya que nuestras experiencias están moldeadas por ellos. Martínez considera que el cambio en la industria de los medios sólo sucederá cuando exista una masa significativa de mujeres dentro del proceso de producción. Sólo entonces será posible modificar las estructuras de los medios desde adentro, lo que es una condición esencial para que tenga lugar cualquier cambio serio y profundo.⁴⁷

⁴⁷ A. Martínez, "Comment faire échec à la violence dans les médias", ponencia presentada en el *Symposium International Femmes et Médias*.